

A EMPRESA MODERNA E A ATUAÇÃO DOS *STAKEHOLDERS*

THE COMPANY MODERN AND *STAKEHOLDERS* PERFORMANCE

Frederico Thales de Araújo Martos

José Antonio de Faria Martos

RESUMO

A presente investigação científica tem por objetivo abordar as questões acerca do perfil da empresa contemporânea, verificando a importância e necessidade de que sua atividade represente um meio para satisfação das necessidades da sociedade, além de seus consequentes reflexos para a manutenção da ordem socioeconômica constitucional. Na concepção atual constata-se a necessidade de que a atividade empresarial seja realizada em harmonia com os preceitos de justiça social e dignidade da pessoa humana, tendo em vista que seus reflexos afetam além da figura do empresário e alcançam terceiros, denominados stakeholders. Busca-se com a presente pesquisa demonstrar o novo perfil da empresa e a necessidade de uma atuação empresarial socialmente responsável sem afetar os interesses primários do empresário.

Palavras-chave: Direito Empresarial Moderno, Empresa, Responsabilidade Social, Stakeholders, Dignidade da Pessoa Humana.

ABSTRACT

This scientific research intends to face the questions about the profile of the contemporary company, verifying the importance and the necessity of its activity in representing a way to satisfy de needs of the society, and also its consequent reflections to the maintenance of the socioeconomic constitutional order. In the current conception, it's possible to find out that the company activities need to be done in harmony with the precepts of social justice and with the human been dignity, noticing that its reflects not only affect the business person, they also affect the stakeholders. This research seeks to demonstrate the new profile of the company and the necessity of a business performance socially responsible without affecting the primary interests of the manager.

Keywords: Modern Commercial Law, Company, Social Responsibility, Stakeholders, Human Been Dignity.

INTRODUÇÃO

Pretende-se, com a presente investigação científica, abordar as questões acerca do perfil da empresa contemporânea, verificando sua importância na sociedade atual e os

reflexos de sua atividade como meio para satisfazer às necessidades da sociedade, além de sua importância para a manutenção da ordem socioeconômica constitucional.

Na concepção contemporânea, o perfil da empresa sofreu transformações para se adequar às novas necessidades da sociedade. A presente pesquisa culmina com um artigo sobre o estudo da atividade empresarial no mundo contemporâneo.

A presente pesquisa visa demonstrar que a concepção na qual a atividade empresarial está voltada unicamente para os lucros mostra-se completamente obsoleta, pois o perfil da empresa hodierna engloba outros fatores condizentes com o Estado Democrático de Direito.

Dentre os aspectos da empresa, analisar-se-á sua importância no contexto socioeconômico atual, sendo que, para isso, é necessário realizar o devido estudo de sua atuação perante seus *stakeholders*.

Investigar-se-á também os aspectos importantes da relevância da empresa que pratica a responsabilidade social e assume um papel mais consciente perante a sociedade. Nesse sentido, pretende-se chegar à compreensão do grande valor da empresa que assume suas obrigações sociais.

Utilizar-se-á de uma metodologia eclética para a elaboração do presente artigo, principalmente, da técnica histórica-dogmática, para alcançar o objetivo proposto.

1. A GÊNESE DA TEORIA DOS STAKEHOLDERS

O termo *stakeholder* começou a ser utilizado em 1963 por meio de um memorando interno do *Stanford Research Institute*, no qual foi definido como “aqueles grupos sem cujo apoio a organização não existiria¹”. Contudo, o termo só ganhou maior respaldo e relevância em 1983, com a elaboração dos trabalhos dos filósofos Robert Edward Freeman e David Reed².

Esses filósofos extraíram suas ideias da concepção de que, além dos controladores (ou empresários), a empresa também deve preocupar-se com os demais grupos que têm interesse nas ações realizadas, tais como funcionários, consumidores, fornecedores, financiadores e a sociedade.

¹ “[...] those groups without whose support the organization would cease to exist” 1963 (FREEMAN; REED. 1983, p. 89).

² Stockholders e stakeholders: A new perspective on corporate governance; The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions; Strategic management: A Stakeholder approach.

A teoria proposta visa a harmonizar os fins da empresa com os interesses das demais cadeias influentes e influenciadas pela sua atividade. Com isso, o conceito de empresa não corresponde mais ao modelo obsoleto que a definia como sendo “uma atividade organizada com fins lucrativos aos empresários”. Agora, deve também alcançar os interesses de outros órgãos por ela afetados (HUSNI, 2007, p. 57).

Essa teoria busca definir o funcionamento e o comportamento das organizações e também conseguir um prognóstico do desempenho da empresa. Pode-se destacar também o caráter instrumental da teoria dos *stakeholders*, que visa a identificar todos os objetivos da empresa, considerando os de sua atividade e os dos grupos influenciadores.

Dentro da empresa há um complexo de grupos que tem interesse direto no sucesso da organização. Logo, a função da empresa deve ser compreendida por meio da identificação dos valores e fundamentos justificadores das decisões tomadas (DONALDSON; PRESTON, 1995).

Os juristas defensores dessa teoria, dentre eles Robert Freeman e Jack Mcvea (2000, p. 191), destacam sua serventia na aplicação e na elaboração de ações que satisfaçam os interesses de todos os grupos relacionados à empresa. Cabe aos seus controladores o gerenciamento e a conexão das relações e dos interesses dos *stakeholders* com a estratégia de sua permanência duradoura no mercado.

A adoção da teoria dos *stakeholders* não é unânime. Alguns estudiosos ainda mantêm uma visão separatista dos objetivos sociais e econômicos da empresa. Dentre eles, destaca-se Igor Ansoff (1965, pp. 33-35) *apud*, (FREEMAN; REED, 1983, p. 89) com os seguintes ensinamentos:

[...] "responsibilities" and "objectives" are not synonymous, they have been made one in a "stakeholder theory" of objectives. This theory maintains that the objectives of the firm should be derived by balancing the conflicting claims of the various "stakeholders" in the firm: managers, workers, stockholders, suppliers, vendors.

Contudo, Arnoldo Wald (2008) deixa claro que tal pensamento não condiz com a realidade, e ensina que:

A visão realista do mundo contemporâneo considera que não há mais como distinguir o econômico do social, pois ambos os interesses se encontram e se compatibilizam na empresa, núcleo central da produção e da criação da riqueza, que deve beneficiar tanto o empresário e os demais acionistas como os empregados e a própria sociedade de consumo. Não há mais dúvida que são os lucros de hoje que, desde logo, asseguram a sobrevivência da empresa e a melhoria dos salários e que ensejam a criação dos empregos de amanhã.

Alexandre di Miceli da Silveira, *et. al.* (2005, p. 38) definem a teoria dos *stakeholders* como “uma abordagem administrativa que enfatiza o gerenciamento ativo do

ambiente do negócio, dos relacionamentos entre os participantes, e a conseqüente promoção dos diferentes interesses”.

Os grupos de *stakeholders* classificam-se e diferenciam-se de acordo com o seu poder de decisão na empresa, representando todo grupo organizado³ que exerce influência e é influenciado pela atividade empresarial. A análise desta teoria revela que a atuação da empresa se reflete em toda a comunidade.

2. OS STAKEHOLDERS E A ATIVIDADE EMPRESARIAL

O empresário deve compreender que a atividade que desenvolve interage com o ambiente ao qual está inserida, criando reciprocidade de dependência entre os agentes envolvidos.

Ricardo dos Santos Castilho (2006, pp. 41-42) assevera que:

Os interesses pessoais adquirem um vínculo organizativo. aglutinando-se e perdendo, cada um, a feição individual, para ceder ao interesse comum identificado com o próprio grupo, com a coletividade representada. A titulariedade do interesse não é exclusividade de ninguém, mas de todos os membros. Observa-se que estes, em regra, mantêm entre si um elo fundado numa relação jurídica base, decorrente da condição de membros associados a um ente jurídico. Antes de ser meramente uma soma de diversos interesses individuais, denotando uma aspiração coletiva, representada pelo ente que interessa a todos os indivíduos globalmente considerados, constituem em interesses difusos e coletivos determinados ou determináveis, integrantes do grupo, da classe ou da categoria, de modo que, em situações intermediária entre os interesses particulares e o interesse geral.

A empresa precisa criar estratégias satisfatórias aos *stakeholders*, com o fim de viabilizar sua sobrevivência no mercado, inclusive em decorrência de sua inserção no cenário atual, que se apresenta de forma complexa e instável.

Nesse sentido, destaque-se o seguinte acórdão do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região que proferiu decisão com base no dever da empresa de assumir sua responsabilidade social perante a fiscalização da atuação de serviços terceirizados:

RESPONSABILIDADE SUBSIDIÁRIA. TERCEIRIZAÇÃO. A responsabilidade da contratante, na terceirização de serviços que poderiam ser executados com mão-de-obra própria, é questão, simplesmente, de justiça e, mais que isso, impede a exploração do trabalho humano, com o que se atende ao elevado princípio, universal e constitucional, que é o da dignidade humana. A terceirização não permite que a contratante lave as mãos diante da angústia daqueles que trabalharam em prol dos seus interesses, ainda que através de outro empregador. Escolher bem e fiscalizar a satisfação dessas obrigações das empresas contratadas é uma exigência ética que se impõe a todos aqueles que se valem de terceiros para a obtenção do trabalho humano. Terceirizar serviços, para apenas livrar-se ou reduzir custos, sem assumir a contratante a sua responsabilidade social é, não só, ignorar a função social da empresa e a dimensão do seu papel na sociedade, como também, e acima

³ Sejam eles empregados, fornecedores, poder público, consumidores, distribuidores, concorrentes, sociedade, acionistas ou sócios.

de tudo, uma ofensa à dignidade do trabalhador. Jurisprudência firme do Tribunal Superior do Trabalho (Súmula nº 331, item IV). Recurso da corré a que se nega provimento(Tribunal Regional Trabalho. 02ª R. RO 0236200-30.2007.5.02.0023. Ac. 2011/1031936. Décima Primeira Turma. Rel. Des. Eduardo de Azevedo Silva. DJE: 26/08/2011).

Ao analisar a atuação dos *stakeholders* dentro da gestão empresarial Robert Freeman e Jack Mcvea (2000, p. 194) constataram que tal ação:

- a) promove a criação de uma estrutura gerencial com estratégias flexíveis o bastante para que a empresa não precise adotar regularmente novos paradigmas;
- b) desenvolve novos rumos para a empresa a partir da predição da futura ambiência;
- c) interessasse principalmente pela sobrevivência da firma, e para realizar esse objetivo o gerenciamento deve ser apoiado por todos que influenciam ou são influenciados pela firma;
- d) tem os valores como elementos chave para o processo de gerenciamento estratégico, considerando que diversos grupos de *stakeholders* só podem cooperar ao longo do tempo se eles compartilharem com a empresa um conjunto de valores;
- e, e)
- e) o sucesso das estratégias integra as perspectivas de todos os *stakeholders*.

No plano da gestão empresarial, o cuidado com os *stakeholders* apresenta-se consoante com a função social da empresa, tendo em vista a adoção de estratégias que, além dos interesses dos empresários, também se preocupam com os interesses sociais.

Ressalte-se que a preocupação da empresa com os *stakeholders* não é unânime. Alguns juristas defendem que deve prevalecer a “Teoria da Maximização da Riqueza dos Acionistas”, como Michael Jensen (2001, p. 2001), *apud* (SILVEIRA; YOSHINAGA; BORBA, 2005, p. 36), ao afirmar que “duzentos anos de pesquisa em economia e finanças têm mostrado que o bem-estar social é maximizado quando cada empresa, em uma determinada economia, maximiza seu valor de mercado”.

Robert B. Reich (2008) acrescenta que a empresa visa somente ao lucro, e que a responsabilidade social empresarial é uma falácia⁴. Ensina o jurista que:

O movimento da responsabilidade social simplesmente distrai as pessoas do problema real e mais difícil, que é limpar e aperfeiçoar a democracia. Shows de responsabilidade corporativa levam os cidadãos a acreditar que os problemas sociais estão sendo endereçados e que eles não precisam se preocupar em fazer com que a democracia funcione e dê respostas para os dilemas.

Entretanto, esse posicionamento se mostra minoritário em face da funcionalização da empresa que resguarda os interesses dos *stakeholders*. Igualmente, essa teoria está consoante ao princípio constitucional de função social da propriedade (STERNBERG, 1999).

⁴ No mesmo sentido, Alberto de Magalhães Franco Filho (2009, p. 40): “Quando penso na “falácia da responsabilidade social”, me recordo do filme Tempos Modernos, dirigido, produzido e estrelado por Charles Chaplin, em 1936, que mostra com riqueza de detalhes as mazelas da Revolução Industrial. Tal lembrança me faz refletir sobre um provável novo título para nossa época: “Tempos Pós-Modernos”, onde Charles Chaplin durante todo o filme apenas observa atônito com um olhar vazio e sem vida os acontecimentos cotidianos em uma televisão preto e branco e nada faz”.

Com isso, surgem posições intermediárias, inclusive pelo fato de ser impossível aferir o quanto as empresas devem preocupar-se com os *stakeholders* e sua interferência na atividade empresarial.

É inegável a relevância dos interesses dos *stakeholders* pela empresa. Contudo, verifica-se a necessidade de se averiguar até que ponto o empresário deve ser responsável em atendê-la. Alexandre di Miceli da Silveira, *et. al.*, apresentam o seguinte exemplo com o fim de solucionar esse questionamento.

Como exemplo, imagine-se que uma empresa deseja tanto aumentar os seus lucros quanto a sua participação de mercado. Dentro de uma faixa de aumento de participação de mercado, a empresa também obterá crescimento nos lucros. Entretanto, a partir de determinado ponto, o aumento na participação de mercado somente será proporcionado mediante a redução dos lucros da empresa no período corrente, seja por aumento nos investimentos em pesquisa e desenvolvimento, seja por aumento de despesas com propaganda ou promoções para promover crescimento de vendas. Neste caso, será logicamente impossível maximizar ambas as variáveis, o que leva a uma situação em que o administrador precisará de um *trade-off* entre lucros e participação de mercado. Em uma situação de múltiplos objetivos, na qual a empresa visasse maximizar os lucros correntes e a participação de mercado, o administrador não teria critérios claros para definir os *trade-offs* e, portanto, para tomar decisões. Nesta situação de múltiplos objetivos, a decisão seria tomada com base em critérios subjetivos do gestor, podendo levar a ineficiências decorrentes de limitações técnicas ou do problema de agência. No caso da definição de um único objetivo (lucro máximo ou participação de mercado), o gestor teria um critério lógico para a tomada de decisão e para a avaliação do seu desempenho (SILVEIRA; YOSHINAGA; BORBA, 2005, p. 36).

Conclui-se, então, pela falta de sucesso de uma empresa que persegue múltiplos objetivos, tendo em vista as dificuldades do gestor em definir os *trade-offs*. Com base no exemplo supracitado, Michael J. Jensen (2001, p. 10) é enfático ao afirmar que “múltiplos objetivos significa não ter objetivos”. Surge, como medida paliativa, a opção por uma única função-objetivo que consiga compreender os efeitos de todas as decisões variáveis, opção esta que deve ser decidida pela administração.

3. O NOVO PERFIL EMPRESARIAL

A teoria dos *stakeholders* nos revela que as organizações devem atuar sempre com ética e analisar os impactos das decisões que são tomadas⁵ levando em conta o interesse de

⁵ Nesse sentido: RECURSO DE REVISTA. 1. Restrições ao uso de toalete. Dano moral. Configuração. 1. A CLT consagra o poder diretivo do empregador (art. 2º), que se manifesta por meio do controle, vigilância e fiscalização dos seus empregados. Tal poder encontra limites também legalmente traçados. Ninguém pode tudo. Os poderes de qualquer indivíduo, de qualquer instituição, para além do que trace o ordenamento, estão limitados não só pelo que podem os outros indivíduos e instituições, mas, ainda, pelo que, legitimamente, podem exigir na defesa de seus patrimônios jurídicos. 2. A Constituição da República (arts. 1º, inciso III, e 5º, caput e incisos III e X) tutela a privacidade e a honra, coibindo práticas que ofendam a dignidade da pessoa humana e constituam tratamento degradante. [...] A teor do art. 389 da CLT, as empresas têm por obrigação instalar

todos os grupos influentes e influenciados pela atividade empresarial pois, as pretensões comuns, bem como o ordenamento jurídico, buscam principalmente o crescimento de uma sociedade sustentável.

A teoria dos *stakeholders* colabora para uma melhor compreensão da empresa inserida no contexto econômico, social e político, pois verifica a dimensão do compromisso que as organizações têm, principalmente em face do ambiente ao qual a empresa está arraigada (VOS, 2003), demonstrando a transcendência dos aspectos unicamente econômicos e alcançando responsabilidade ética e filantrópica.

Pode-se chegar a uma compreensão mais dinâmica por meio da análise realizada por Donaldson e Preston (1995, p. 65), que dividiram o tema em três dimensões: descritivo-empírica, instrumental e normativa.

Na dimensão descritivo-empírica, os autores conjugam estudos realizados com o intuito de descrever e explicar as características e comportamentos da organização. Nesta dimensão, a teoria dos *stakeholders* tem sido usada para caracterizar a natureza da organização, para mostrar o quê os gerentes e conselheiros pensam sobre gerenciamento e como a organização é realmente gerenciada. Na dimensão instrumental, os estudos realizados visam a verificar o impacto gerado pelos *stakeholders* no desempenho das organizações. Analisam se há conexão entre o gerenciamento dos *stakeholders* e os objetivos organizacionais, e ainda, se as políticas adotadas pela organização visando ao melhor atendimento dos consumidores, empregados, acionistas, fornecedores, entre outros, estão trazendo melhores resultados. Por último, a dimensão normativa traz as contribuições que visam a interpretar a função da organização, incluindo a 'identificação da moral ou orientação filosófica para a operação e gerenciamento das organizações'.

A importância e a definição do papel dos *stakeholders* relacionam-se, diretamente, à capacidade da empresa de estabelecer uma forma cristalina de seus princípios éticos e morais. Nesse sentido, mostra-se imprescindível a determinação das bases normativas e a posterior

bebedouros, lavatórios, aparelhos sanitários; dispor de cadeiras ou bancos em número suficiente, que permitam às mulheres trabalhar sem grande esgotamento físico. Faz-se clara a intenção do legislador de propiciar ambiente de trabalho saudável. Tal dispositivo, embora dirigido às mulheres empregadas, é passível de aplicação aos empregados em geral, em face do princípio da igualdade também assegurado pelo texto maior. 5. A restrição ao uso de toaletes, com a necessidade de pedido de autorização e exposição das razões para tanto, não pode ser considerada conduta razoável, violando a privacidade e ofendendo a dignidade, ao tempo em que expõe o trabalhador a constrangimento desnecessário. 6. A necessidade de continuidade dos serviços, pela sua natureza, não pode ser alcançada pelo sacrifício e humilhação do empregado, cabendo tal ônus, obviamente, à empresa, que há de conceber rotinas que a assegurem, com postos de trabalho suficientes e ferramentas hábeis. Ao assumir os riscos de seu empreendimento (CLT, art. 2º), o empregador toma a si a obrigação de adotar métodos eficazes de produção e rentabilidade, providências que justifiquem o seu negócio e o seu patrimônio. 7. Não há nada e nenhuma norma que autorize o empregador ou seus prepostos a restringir o uso de toaletes, no modelo sob exame, resultando a prática em repudiado tratamento degradante (Constituição Federal, arts. 1º, III e 5º, III e X). 8. Infligindo dano moral, o empregador se obriga à indenização correspondente (CF, art. 5º, V), [...] Em uma sociedade que se pretende livre, justa e solidária (CF, art. 3º, I), incumbe ao empregador diligente, sob a premissa da dignidade da pessoa humana (CF, art. 1º, III), promover o meio ambiente do trabalho saudável, para que o trabalhador possa executar as suas atividades com liberdade, sem olvidar a responsabilidade social. [...] Ausência de interesse recursal. Diante das hipóteses de cabimento do recurso de revista (CLT, art. 896), não merecerá provimento o recurso, quando a parte não evidenciar seu interesse para a prática do ato, ante a ausência de sucumbência. Recurso de revista não conhecido. (Tribunal Superior do Trabalho. RR 641000-82.2009.5.09.0892. Terceira Turma. Rel. Min. Alberto Luiz Bresciani de Fontan Pereira. DJE: 01/07/2011. p. 1143).

definição das dimensões descritivo-empírica e instrumental da teoria dos *stakeholders* (CAMPOS, 2002).

Compreendidas as linhas gerais e definidoras da teoria dos *stakeholders*, é possível relacioná-la à responsabilidade social da empresa. Quanto ao tema, Patrícia Almeida Ashely (2005, p. 47) ensina que: "a empresa socialmente responsável é aquela que está atenta para lidar com as expectativas de seus *stakeholders* atuais e futuros, na visão mais radical da sociedade sustentável".

A responsabilidade social não é dever único do Estado, cabendo também aos particulares. A ordem social proposta pela Constituição não se limita somente à obrigação do Estado com a sociedade, como também alcança as relações obrigacionais que deve haver entre os membros, formando um todo (VOGEL, 1976, p. 13).

Nesse sentido, o Tribunal Regional do Trabalho da 2ª região proferiu acórdão no qual defere o pedido de reintegração de um empregado aidético demitido por ser soropositivo, tendo em vista a responsabilidade social da empresa. Como segue:

RECURSO ORDINÁRIO. REINTEGRAÇÃO. EMPREGADO PORTADOR DE AIDS. RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA. Impossível colher prova mais robusta da discriminação contra o aidético do que sua dispensa imotivada. É a segregação silenciosa de quem busca livrar-se de um presumido problema funcional lançando o empregado portador do vírus HIV à conta do Poder Público e à sua própria sorte. Como participante de sua comunidade e dela refletindo sucessos e insucessos, ganhos e perdas, segurança e risco, saúde e doença, a empresa consciente de suas responsabilidades sociais atualmente já assimila o dever de colaborar na luta que amplamente se trava contra a AIDS e, através de suas lideranças, convencionou condições coletivas em que se exclui a exigência de teste HIV por ocasião da admissão no emprego ou na vigência do contrato, e veda a demissão arbitrária do empregado que tenha contraído o vírus, assim entendida a despedida que não esteja respaldada em comprovado motivo econômico, disciplinar, técnico ou financeiro. E isso sob o fundamento de que a questão envolve a vulnerabilidade da saúde pública, não podendo a categoria econômica furtar-se à responsabilidade social que inegavelmente detém. Além do mais, a inviolabilidade do direito à vida está edificada em preceito basilar (artigo 5º, caput, da Constituição Federal). Recurso a que se dá provimento quanto a esta matéria (Tribunal Regional Trabalho. 02ª R. RO 00228-2006-035-02-00-6. Ac. 2009/1064060. Quarta Turma. Rel. Des. Wilma Nogueira de Araújo Vaz da Silva. DOE: 18/12/2009. p. 780).

É importante salientar que uma empresa que consiga gerar riquezas e emprego está cumprindo com sua função social, muito embora isso não implique a sua responsabilidade social, por ser mais abrangente. Alexandre Husni (2007, p. 63) afirma que:

Do cumprimento ativo da função social decorre a ideia de empresa socialmente responsável, que contribui com a justiça social no campo das exclusões e o desenvolvimento sustentável de forma plena e espontânea, sem imposição legal.

O conceito de responsabilidade social é mutante de acordo com a ciência que lhe define. Lilian S. Outtes Wanderley e Jane Collier (2000, p. 45) ensinam que responsabilidade social empresarial "é o compromisso das empresas em contribuir para o desenvolvimento

sustentável, juntamente com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade como um todo visando à melhoria da qualidade de vida".

Por sua vez, Eduardo Tomasevicius Filho (2003, p. 46), traz a seguinte definição de responsabilidade social empresarial:

A responsabilidade social das empresas consiste na integração voluntária das preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com a comunidade. Além disso, seria uma forma de levar outras instituições a colaborar com o Estado na busca da justiça social, ao invés de ficar esperando que o Estado tome providências nessas áreas.

A responsabilidade social apresenta-se, inclusive, como estratégia de *marketing*, pois ao divulgar ações sociais, a empresa acaba por atrair mais consumidores em vista da ampla divulgação e consciência das pessoas em incentivar o desenvolvimento sustentável. Azambuja (2001) destaca que

O marketing social tem a função de colocar a marca na empresa, e não nos produtos, define a companhia como uma organização séria, um cidadão corporativo, uma empresa com conteúdo, com integridade. Diferentemente de uma política de doações ou de assistencialismo aleatório, que pode gerar dificuldades para o consumidor associar a imagem da empresa a um projeto social específico, o marketing social visa definir a correta aplicação dos recursos em uma causa determinada, de modo a tornar essa atuação social mais eficiente e criar uma identidade perante o público.

De acordo com Fernando Curi Peres mais importante que vantagens competitivas dadas por atributos naturais, de localização ou setoriais, é o fenômeno da proximidade social, o qual permite uma forma de coordenação entre os atores capazes de valorizar o conjunto do ambiente em que atuam e, portanto, de convertê-lo em base para empreendimentos inovadores. “[...] O capital social é a cola invisível que mantém a coesão social, ou o próprio tecido social; é um grande facilitador das transações econômicas. A importância deste capital social no crescimento econômico é maior do que nossa intuição pode indicar”(PERES, 2003, p. 01).

Em uma pesquisa realizada no ano de 2007, por meio de uma parceria entre os Institutos *Akatu*⁶ e *Ethos*⁷, foi realizado um levantamento com base em uma amostra de 800 consumidores, na faixa etária entre 18 e 69 anos e residentes nas oito principais capitais do País: quais sejam São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba,

⁶ O Instituto Akatu é uma organização não governamental sem fins lucrativos que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o Consumo Consciente. Defende o ato de consumo consciente como um instrumento fundamental de transformação do mundo, já que qualquer consumidor pode contribuir para a sustentabilidade da vida no planeta: por meio do consumo de recursos naturais, de produtos e de serviços e pela valorização da responsabilidade social das empresas. (AKATU, 2011).

⁷ O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização sem fins lucrativos, caracterizada como Oscip (organização da sociedade civil de interesse público), criada com o fim de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável⁷. Constam de seus quadros de associados empresas de diferentes setores e portes que têm faturamento anual correspondente a aproximadamente 35% do PIB brasileiro e que empregam cerca de dois milhões de pessoas. (ETHOS, 2011).

Salvador, Recife e Brasília, a partir de entrevistas realizadas durante visita em seus domicílios, onde foram feitas perguntas inerentes à atividade empresarial e de consumo consciente.

Para a pergunta "você considera que as grandes empresas devem ter total responsabilidade por...", "ajudar a resolver problemas sociais" foi a resposta de 65% dos entrevistados. Para a seguinte afirmação: "como consumidor, posso interferir na maneira como uma empresa atua de forma responsável", 75% dos entrevistados disseram concordar totalmente ou em parte (AKATU, 2011).

Das duas premissas expostas, já é possível verificar a esperança depositada pelos consumidores nas empresas para a solução de alguns problemas de ordem social. Outro fator que se mostra de grande importância nessa pesquisa é que 63% dos consumidores mostram-se favoráveis a pagar mais por produtos que não agredam o meio ambiente, demonstrando a maximização dos lucros das empresas com responsabilidade social.

4. A EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

Na concepção atual, as empresas devem “assumir posições como agentes transformadores da sociedade, assumindo papéis para coibir ações que possam prejudicar seu público, seus clientes, seus fornecedores e a sociedade em que está estabelecida” (MENJIVAR, 2008, p. 208).

Esse posicionamento legal se justifica pelo fato de a atividade empresarial refletir além da figura do empresário, atingindo outros organismos, motivo pelo qual deve ser considerado pela empresa.

Insta enfatizar, novamente, que a pretensão do constituinte não foi abolir a principal finalidade da empresa, que são os lucros. Entretanto, reconheceu que a atividade empresarial possui outros fatores relevantes junto à sociedade que devem ser considerados na execução de sua atividade. O ordenamento jurídico brasileiro, implícita ou explicitamente, vislumbra que a empresa deve satisfazer interesses internos e externos à sua atividade, ou seja, aqueles inerentes ao seu regular funcionamento, aos empregados, aos empregadores e demais grupos influentes, como a comunidade⁸.

⁸ Cardoso (2010, p. 15) assevera que: “Por evidente que as legislações e a jurisprudência pátria tendem ao pensamento de que a empresa em sua concepção moderna deve atuar com uma atitude responsável e solidária diante das relações que mantém com seus empregados, clientes, fornecedores e própria sociedade”.

Dinaura Godinho Pimentel Gomes (2005, pp. 124-125) demonstra o relevante papel da empresa na sociedade pós-moderna:

E aqui se revela a importância do papel da empresa moderna, ao assumir, de fato, sua natureza institucional, e coloca-se mais como uma comunidade que congrega empreendedores e empregados não só voltados ao interesse de cada um, mas, principalmente, à satisfação de interesses direcionados à promoção social de toda comunidade que dela depende direta ou indiretamente. Por certo, o que se obtém, afinal, é uma ampla participação econômico-social dos membros dessa coletividade, ao materializar-se, aos poucos, na solução de questões locais, ancorada em valores de solidariedade humana, no exercício de uma sociedade ativa em prol de todos.

Certamente, o instituto que mais sofreu alterações com o decorrer dos anos foi o direito de propriedade. Inclusive, por meio da Encíclica *Rerum Novarum* é possível compreender a distinção da função da propriedade, enquanto a Carta Encíclica *Centesimus Annus* trata dos novos anseios da sociedade contemporânea. Pelo estudo desses documentos é possível verificar a posição contemporânea da doutrina social da Igreja, que assim diz:

A moderna economia de empresa comporta aspectos positivos, cuja raiz é a liberdade da pessoa, que se exprime no campo econômico e em muitos outros campos. A economia, de fato, é apenas um setor da multiforme atividade humana, e, nela, como em qualquer outro campo, vale o direito à liberdade, da mesma forma que o dever de usar responsabilmente. Mas é importante notar a existência de diferenças específicas da sociedade atual, e as do passado, mesmo se recente. Se outrora o fator decisivo da produção era a terra e mais tarde o capital, visto como um conjunto de maquinaria e de bens instrumentais, hoje o fator decisivo é cada vez mais o próprio homem, isto é, sua capacidade de conhecimento que se revela no saber científico, sua capacidade de organização solidária, sua capacidade de intuir e satisfazer a necessidade do outro (PAULO II, 1991, p. 46).

A ascensão da corrente filosófica que afirma que “o homem é a medida de todas as coisas, das coisas que são, enquanto são, e das coisas que não são, enquanto não são”, como nos ensina Protágoras de Abdera (480 a.C. - 410 a.C.), corresponde aos novos anseios da atividade empresarial. Igualmente, pode-se destacar o reconhecimento pela ONU – Organização das Nações Unidas –, na Declaração sobre o Direito ao Desenvolvimento, adotada pela Resolução 41/128, de 1986, em seus artigos 1^o, 2^o¹⁰ e seguintes, a preocupação do desenvolvimento econômico com a justiça social e a dignidade da pessoa humana.

⁹ **Artigo 1**

1. O direito ao desenvolvimento é um direito humano inalienável em virtude do qual toda pessoa humana e todos os povos estão habilitados a participar do desenvolvimento econômico, social, cultural e político, a ele contribuir e dele desfrutar, no qual todos os direitos humanos e liberdades fundamentais possam ser plenamente realizados.

2. O direito humano ao desenvolvimento também implica a plena realização do direito dos povos de autodeterminação que inclui, sujeito às disposições relevantes de ambos os Pactos Internacionais sobre Direitos Humanos, o exercício de seu direito inalienável de soberania plena sobre todas as suas riquezas e recursos naturais.

¹⁰ **Artigo 2**

1. A pessoa humana é o sujeito central do desenvolvimento e deveria ser participante ativo e beneficiário do direito ao desenvolvimento.

2. Todos os seres humanos têm responsabilidade pelo desenvolvimento, individual e coletivamente, levando-se em conta a necessidade de pleno respeito aos seus direitos humanos e liberdades fundamentais, bem como seus deveres para com a comunidade, que sozinhos podem assegurar a realização livre e completa do ser humano, e

Em outras palavras, com a evolução da história, a atividade empresarial passou a ser de suma importância ao Estado na prestação de suas funções fundamentais. Contudo, como já visto nos capítulos anteriores, o Estado não pode ausentar-se por completo de suas funções primordiais, sob o risco de perda de soberania, devendo o empresário atuar paralelamente à atividade estatal.

Em verdade, a empresa hodierna apresenta não somente mudanças quantitativas como também qualitativas, em decorrência dos novos preceitos políticos, econômicos e sociais. A atividade empresarial passou por inúmeras e profundas transformações que lhe obrigou a mudar sua aparência e seu modo de ação¹¹. Haja vista que a empresa, que antes tinha aspectos familiares e de reflexo local, hoje convive com as grandes multinacionais, de atuações transnacionais e que afetam a economia global.

Das transformações da atividade empresarial, Jesús Mercader Uguina (2002, p. 192) ensina que:

As vertiginosas transformações sofridas nos sistemas produtivos e, também, na realidade social, fazem com que proliferem fórmulas empresariais que, até o presente, haviam tido uma significação periférica ou marginal ou que, simplesmente, eram desconhecidas.

Prossegue o jurista, com base no magistério de J. Cruz Villalón, defendendo que essas mudanças causaram uma "surpreendente pulverização" no modelo empresarial clássico, que "alterou seu modelo de organização para adaptar-se às condições imprevisíveis que marcam a rápida mudança econômica e tecnológica"; portanto, "a unidade operativa atual está no projeto empresarial, apresentando-se como uma rede, e não nas empresas concretas ou grupos empresariais". Logo, conclui-se que "as redes são os elementos fundamentais dos quais serão feitas as novas organizações". Nesse cenário, surge a empresa como uma

deveriam por isso promover e proteger uma ordem política, social e econômica apropriada para o desenvolvimento.

3. Os Estados têm o direito e o dever de formular políticas nacionais adequadas para o desenvolvimento, que visem o constante aprimoramento do bem-estar de toda a população e de todos os indivíduos, com base em sua participação ativa, livre e significativa no desenvolvimento e na distribuição equitativa dos benefícios daí resultantes.

¹¹ Antônio Cezar Bornia (1995, p. 07) destaca que: "A partir da segunda década do século XX, com o advento da administração científica de Taylor e da linha de produção de Ford, a lógica da produção capitalista modificou-se, havendo enormes melhorias na produtividade industrial, devido principalmente à especialização do trabalho e à padronização dos produtos e peças. Isto foi conseguido porque a demanda do mercado era superior à produção e, assim, os produtos padronizados e similares encontravam consumidores receptivos àqueles itens. À medida que a oferta de produtos começou a superar a procura, o acréscimo da concorrência fez com que a padronização dos produtos fosse diminuindo cada vez mais, no sentido em que novos modelos foram sendo introduzidos de maneira mais rápida, reduzindo drasticamente a vida útil dos produtos. Gradativamente, a produção não vem mais sendo efetuada em linhas rígidas, passando a necessitar de flexibilidade para a introdução de novos modelos e freqüentes alterações nos artigos. Outra restrição imposta pela competição é a redução contínua dos preços de venda, significando que as imperfeições e ineficiências têm que ser reduzidas sistematicamente".

federação em termos de importância e atuação, principalmente na ordem econômica e social (UGUINA, 2002, p. 193).

As novas perspectivas das empresas globalizadas decorrem do fenômeno oriundo da deslocação empresária que, por sua vez, “resulta de diversos fatores; em concreto, nos últimos anos, surgiram dois fenômenos que mudaram decisivamente a organização empresarial: as reestruturações empresariais e a globalização dos mercados (UGUINA, 2002, p. 200).”. Destaca o jurista mencionado que o crescente processo de solidificação de empresas, fusões e incorporações nacionais, internacionais e afins “vem provocando, entre outros efeitos, uma transnacionalização das empresas e dos grupos de empresas”(UGUINA, 2002, pp. 200-201).

Os reflexos da globalização na economia, na concorrência, que passou a ser internacional, como também a evolução tecnológica e cibernética, são novos desafios que devem ser encarados pelo Estado em busca da satisfação das novas necessidades da sociedade. O surgimento desses novos parâmetros no estabelecimento da ordem sócioeconômica colabora para a edição de uma nova política pautada na ética empresarial e no desenvolvimento racional e sustentável.

Em acórdão proferido pelo Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região é cristalino e enriquecedor as preocupações às quais as empresas devem ater-se na sociedade contemporânea. Segue o ementário:

SUBORDINAÇÃO ESTRUTURAL, INTEGRATIVA OU RETICULAR. OU SIMPLEMENTE SUBORDINAÇÃO. CARACTERIZAÇÃO. [...]. Na sociedade pós-moderna, vale dizer, na sociedade info-info (expressão do grande Chiarelli), baseada na informação e na informática, a subordinação não é mais a mesma de tempos atrás. Do plano subjetivo - Corpo a corpo ou boca/ouvido- típica do taylorismo/fordismo, ela passou para a esfera objetiva, projetada e derramada sobre o núcleo empresarial, criando, segundo Ricardo Antunes, o info-proletário. A empresa moderna livrou-se da sua represa; nem tanto das suas presas. Mudaram-se os métodos, não a sujeição, que trespassa o próprio trabalho, nem tanto no seu modo de fazer, mas no seu resultado. O controle deixou de ser realizado diretamente por ela ou por prepostos. Passou a ser exercido pelas suas sombras; pelas suas sobras - Em células de produção. A subordinação objetiva aproxima -se muito da não eventualidade: [...]. A empresa moderna, por assim dizer, se subdivide em atividades centrais e periféricas. Nisso ela copia a própria sociedade pós-moderna, de quem é, simultaneamente, mãe e filha. Nesta virada de século, tudo tem um núcleo e uma periferia: Cidadãos que estão no núcleo e que estão na periferia. Cidadãos incluídos e excluídos. Trabalhadores contratados diretamente e terceirizados. Sob essa ótica de inserção objetiva, que se me afigura alargante (não alarmante), eis que amplia o conceito clássico da subordinação, o alimpamento dos pressupostos do contrato de emprego torna fácil a identificação do tipo justabalhista. Com ou sem as marcas, as marchas e as manchas do comando tradicional, os trabalhadores inseridos na estrutura nuclear de produção são empregados. Na zona grise, em meio ao fogo jurídico, que cerca os casos limítrofes, esse critério permite uma interpretação teleológica desaguadora na configuração do vínculo empregatício. Entendimento contrário, data venia, permite que a empresa deixe de atender a sua função social, passando, em algumas situações, a ser uma empresa fantasma - Atinge seus objetivos sem empregados. Da mesma forma que o tempo não apaga as características da não eventualidade; a

ausência de comandos não esconde a dependência, ou, se se quiser, a subordinação, que, modernamente, face à empresa flexível, adquire, paralelamente, cada dia mais, os contornos mistos da clássica dependência econômica (Tribunal Regional Trabalho. 03ª R. RO 127000-84.2008.5.03.0004. Quarta Turma. Rel. Des. Luiz Otávio Linhares Renault. DJE.: 22/03/2010.).

É inegável o interesse da atividade empresarial em atingir lucros. Contudo, estes não podem ser alcançados em detrimento da exploração dos empregados e da inobservância da função social da empresa¹².

Zeno Simm (2008, p. 19) teceu os seguintes comentários:

A empresa contemporânea deverá estar preparada para não praticar ou para coibir a prática do terrorismo psicológico, vendo o trabalhador não apenas como um mero prestador de serviços ou um dos fatores de produção, mas, além disso, e acima de tudo, um ser humano dotado de direitos e garantias inerentes a essa condição, como forma de assegurar-se a sua inclusão no conceito de cidadania.

A empresa contemporânea deve desenvolver suas atividades voltadas aos anseios sociais, que estão inseridos no comportamento ético e socialmente responsável do empresário. Sua atuação deve alinhar-se com as políticas de valorização dos empregados e de preservação ao meio ambiente, pois assim alcançará o reconhecimento público e notório da sociedade, fixando-se no mercado e realizando sua função social e, por fim, conseguindo o tão almejado lucro.

CONCLUSÃO

A empresa contemporânea destoa daquela visão que a concebe como um meio utilizado pelo empresário para a obtenção de lucros gigantescos, de forma desenfreada e a qualquer custo. Os princípios gerais, norteadores da Constituição Federal, proíbem essas atitudes ao prever a funcionalização da atividade empresarial. Assim, além do lucro, a empresa também deverá buscar a justiça social e a dignidade da pessoa humana.

Esse posicionamento legal se justifica pelo fato de a atividade empresarial refletir além da figura do empresário, atingindo outros organismos, motivo pelo qual deve ser considerado pela empresa.

¹² Nesse sentido: JUSTA CAUSA. PARALISAÇÃO DAS ATIVIDADES POR 30 MINUTOS. REIVINDICAÇÃO DE MELHORIA SALARIAL. TRABALHADOR DISPENSADO POR LIDERAR MOVIMENTO. PENALIDADE EXCESSIVA. A empresa moderna deve adotar a política do diálogo nas relações com os seus empregados. É preciso assegurar àqueles que lhe prestam serviços o direito de manifestação, protesto e reivindicação de forma responsável. Configura-se arbitrariedade empresarial a dispensa por justa causa, sem convite aos trabalhadores para uma conversa franca e legal, pois divorciada do direito e do bom senso. Recurso a que se nega provimento. (Tribunal Regional Trabalho. 09ª R. Proc. 02188-2006-303-09-00-9. Ac. 00230-2008. Primeira Turma. Rel. Des. Benedito Xavier da Silva. DJ.: 15/01/2008).

É inegável o interesse da atividade empresarial em atingir lucros. Contudo, estes não podem ser alcançados em detrimento da exploração dos empregados e da inobservância dos preceitos fundamentais da sociedade.

A empresa contemporânea deve desenvolver suas atividades voltadas aos anseios sociais, que estão inseridos no comportamento ético e socialmente responsável do empresário. Sua atuação deve alinhar-se com as políticas de valorização dos empregados e de preservação ao meio ambiente, pois assim alcançará o reconhecimento público e notório da sociedade, fixando-se no mercado e realizando sua função social e, por fim, conseguindo o tão almejado lucro.

O processo de globalização, bem como os reflexos decorrentes da internacionalização dos mercados, têm obrigado os países a se preocupar mais com suas economias por se tratar de questões vitais. Para tutelar tais fenômenos, surgiu o direito econômico, que representa um ramo originário da unificação do direito público e privado em uma análise jurídica, sob uma perspectiva moderna.

É importante mencionar que os preceitos de responsabilidade social não extirpam do empresário seus interesses egoísticos e não transforma a empresa em um estabelecimento social, inclusive pelo fato de caracterizar violação à dignidade dos empresários. Na verdade, o que se busca é conciliar os interesses do empresário com os da sociedade, de forma que a busca por lucros ocorra de maneira equitativa.

Os elementos formadores da empresa estão atrelados à realidade social e histórica da sociedade. Qualquer tentativa, no intuito de trazer um conceito prático, que deixa de considerar a realidade, mostra-se inócua.

Conforme se consignou, a empresa contemporânea não é mais vista somente pela ótica dos lucros que aufera ao empresário. A ordem jurídica constitucional demonstra que a atividade empresarial deve conciliar-se com os preceitos de justiça social e dignidade da pessoa humana, tendo em vista que seus reflexos não afetam somente o empresário, mas também alcançam terceiros, ora denominados *stakeholders*.

A análise da teoria dos *stakeholders* contribui para um melhor entendimento da inserção da empresa no contexto econômico, social e político. Por meio dessa teoria, é possível verificar a dimensão da responsabilidade das empresas, principalmente quanto ao meio a que pertencem, demonstrando a transcendência dos aspectos unicamente econômicos e alcançando os reflexos da responsabilidade ética e filantrópica.

A referida teoria visa a estimular a criação de planos estratégicos de harmonização dos fins da empresa com os interesses das demais cadeias influentes e influenciadas por sua

atividade, por meio da criação de uma estrutura que estabeleça um forte eixo de comunicação entre a empresa e os *stakeholders*, com o fim de buscar a satisfação das necessidades de todos.

As necessidades da sociedade obrigam as empresas a inserir em suas marcas valores de ordem social, pois o consumidor da atualidade mostra-se preocupado e consciente com os preceitos da dignidade humana e do desenvolvimento sustentável.

Sabe-se que a empresa arca financeiramente com todo o planejamento para atuar no âmbito da responsabilidade social. Entretanto, o empresário que se mostra atuante nessa área consegue atrair mais consumidores, o que geralmente aumenta os lucros da empresa, compensando o investimento realizado.

REFERÊNCIAS

AKATU. **Consumo Consciente, Empresa Conscientes**. Disponível em: http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/5-11_01_01_superhiperpanorama_consumo_consciente.pdf. Acesso em 29/12/2011.

ANSOFF, Igor. **Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion**. New York: McGraw-Hill, 1965.

ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

AZAMBUJA, Marcos de. **O Brasil e a cidadania empresarial**. *Jornal Valor Econômico*: São Paulo, ano 2, n. 244, 20/04/2001.

BORNIA, Antônio Cezar. **Mensuração das Perdas nos Processos Produtivos: Uma Abordagem Metodológica de Controle Interno**. Tese de doutorado. Florianópolis: UFSC, 1995.

CAMPOS, Taiane Las Casas. **Administração de Stakeholders: Uma Questão Ética ou Estratégica**. *Anais do XXVI ENANPAD*, Salvador, set. 2002.

CARDOSO, Alenilton da Silva. **A Funcionalização Social do Direito Privado**. *Revista Forense (Impresso)*, v. 106, nº 409, pp. 03-26, mai./jun. 2010.

CASTILHO, Ricardo dos Santos. **Direitos e Interesses Difusos, Coletivos e Individuais Homogêneos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

DONALDSON, Thomas; PRESTON, Lee E. **The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications**. *Academy of Management Review*, Mississipi, v. 20, pp. 67 - 84, jan. 1995.

ETHOS. **Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social**. Disponível em: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/31/o_instituto_ethos/o_instituto_ethos.aspx. Acesso em: 29/12/2011.

FRANCO FILHO, Alberto de Magalhães. **Responsabilidade Social (Impressões) das Empresas e o Consumo Socialmente Responsável**. *in*: Revista Magister Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor, v. 27, pp. 31-40, 2009.

FREEMAN, Robert Edward.; MCVEA, Jack. **A Stakeholder Approach to Strategic Management**. *in*: **Handbook of strategic management**. HITT, Michael; FREEMAN, Robert Edward; HARRISON, Jeff. Oxford: Blackwell Publishing, pp. 189-207, 2000.

FREEMAN, Robert Edward; REED, David L., **Stockholders e Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance**. California: California Management Review, v. 25, nº 3, pp. 88-106, 1983.

GOMES, Dinaura Godinho Pimentel. **Direito do Trabalho e Dignidade da Pessoa Humana no Contexto da Globalização Econômica: Problemas e Perspectivas**. São Paulo: LTr, 2005.

HUSNI, Alexandre. **Empresa Socialmente Responsável: Uma Abordagem Jurídica e Multidisciplinar**. São Paulo: Quartier Latin, 2007.

JENSEN, Michael C. **Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function**. Journal of Applied Corporate Finance, v. 14, nº 3, pp. 8 - 21, out. 2001.

MENJIVAR, Débora Fernandes Pessoa Madeira. **A Cláusula Geral da Função Social no Novo Código Civil e no Estatuto da Cidade**. *in*: Revista Ciência Jurídica, v. 143, pp. 177-208, 2008.

PAULO II, João. **Centesimus Annus - Carta encíclica**. São Paulo: Paulinas, 1991.

PERES, Fernando Curi. **Capital social: A Nova Estrela do Crescimento Econômico**. Disponível em: www.pa.esalq.usp.br. Acesso em: 06/08/2003.

REICH, Robert B. **A Falácia da Responsabilidade Social das Empresas**. Blog Dialógico. Entrevista concedida ao Instituto Humanitas da Unisinos. Disponível em: <http://dialogico.blogspot.com/2008/03/nesta-breve-entrevista-ihu-o.html>, Acesso em: 05/12/2011.

SILVEIRA, Alexandre Di Miceli da; YOSHINAGA, Cláudia Emiko; BORBA, Paulo da Rocha Ferreira. **Crítica à Teoria dos Stakeholders como Função-Objetivo Corporativa**. Caderno de Pesquisas em Administração (USP), v. 12, pp. 33-42, 2005.

SIMM, Zeno. **Acoso Psíquico no Ambiente de Trabalho**. São Paulo: LTr, 2008.

STERNBERG, Elaine. **The Stakeholders Concept: A Mistaken Doctrine**. Foundation for Business Responsibilities, Issue Paper nº 4, nov. 1999. Disponível em: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263144. Acesso em: 18/11/2011.

TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. **A Função Social da Empresa.** *in:* Revista dos Tribunais, São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 92, n. 810, pp. 33-50, abr. 2003.

UGUINA, Jesús R. Mercader. **Derecho del Trabajo, Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información.** Valladolid: Lex Nova, 2002.

VOGEL, Hans-Jochen. **Kontinuität und Wandlungen der Eigentumsverfassung.** Conferência pronunciada na Berliner Juristischen Gesellschaft em 20/11/1975, Berlim; New York: De Gruyter, 1976.

VOS, Janita F.J. **Corporate Social Responsibility and the Identification of Stakeholders.** Corporate social - responsibility and environmental management, pp. 141-152, set./2003.

WALD, Arnold. **A Recente Evolução da Empresa e o Direito.** Porto Alegre: Revista Magister de Direito Civil e Processual Civil nº 27 - Nov/Dez de 2008.

WANDERLEY, Lilian S. Outtes; COLLIER, Jane. **Responsabilidade Social das Empresas: Na Busca do Referencial Teórico.** Rio de Janeiro: Revista Angrad., v. 1, nº 2, pp. 40-51, out./dez., 2000.